https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-6-figuras-retoricas-de-la-imagen/

# Clase digital 6. Figuras retóricas de la imagen

6 de abril de 2022 por Universidad de Guanajuato

**Introducción**

¡Has llegado a la última clase del curso Análisis Semiótico de la imagen! Ha sido un gozo compartir contigo este trayecto formativo. Deseo que estas lecciones hayan cumplido con tus expectativas, y que en esta última alcancemos nuestro objetivo planeado.
En esta clase abordaremos el tema Figuras Retóricas de la Imagen con el cual seremos capaces de reconocer los siguientes elementos:

- Antífrasis
- Antítesis
- Caligrama
- Derivación o Parequesis
- Elipsis
- Eufemismo
- Erotema
- Hipérbole
- Humorismo
- Metáfora
- Metonimia
- Onomatopeya
- Oxímoron
- Prosopopeya
- Sarcasmo
- Sentencia
- Silepsis
- Símil o comparación
- Sinécdoque
- Hipérbaton

Una vez que revisemos estos tópicos, será posible integrar lo analizado durante el curso para obtener una visión panorámica acerca del análisis semiótico y poder implementarlo en nuestra vida académica y por qué no, en nuestra vida diaria.

**Desarrollo del tema**

En la actualidad nos encontramos rodeados de publicidad a cada momento en que transcurre en nuestro día a día desde el momento en que despertamos al encender la televisión escuchar la radio al ver una revista o el periódico y por supuesto cuando transitamos en la calle es así que la comunicación visual en la construcción de mensajes publicitarios es esencial para poder comprender los significados que se quieren transmitir

la retórica pone en juegos 2 niveles de lenguaje el lenguaje propio y el lenguaje figurado es decir lo literal u objetivo y lo simbólico o subjetivo permitiendo transmitir un sentido distinto del que propiamente le corresponde existiendo entre el sentido figurado y el propio alguna conexión correspondencia o semejanza la construcción de mensajes visuales dirigidos a la sociedad de consumo adquieren su significado mediante la sintaxis del lenguaje visual es decir con el uso de las distintas figuras retóricas haciendo uso de ellas como estrategia para convencer y persuadir así como reforzar e intensificar a los conceptos transmitidos aparentemente ocultos o disimulados a primera vista. A continuación, destacamos 5 figuras retóricas muy utilizadas en mensajes publicitarios.

La metáfora la metáfora es una imagen que sustituye a otra mediante una comparación implícita ésta expresa un concepto con un significado distinto o en un contexto diferente al que es habitual es decir sustituye la forma usual de representación de un personaje una idea un objeto por otras formas visuales de aludir a dicho personaje idea u objeto cuando se usa esta figura se traspasan características de un objeto a otro.

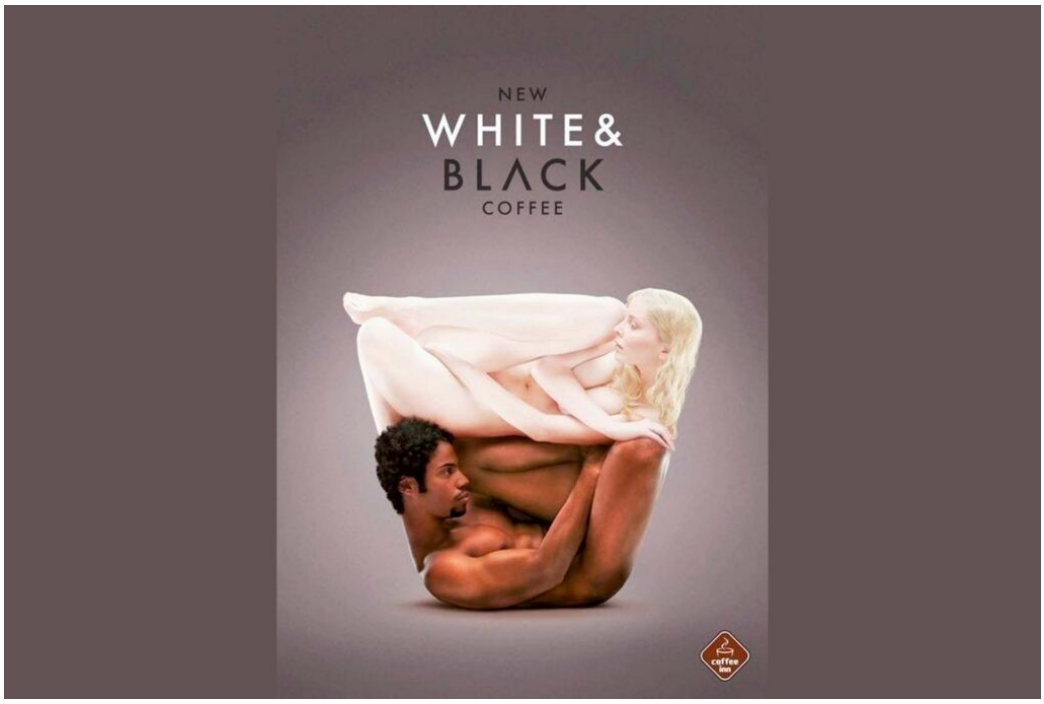


Imagen 1. Coffee Inn utiliza la metáfora sustituyendo su producto a vender con la idea de café con leche, hace uso de un contraste fondo figura con un juego negro blanco la idea se complementa con el texto .

La **hipérbole** es una figura retórica consistente en una alteración exagerada intencional de la realidad que se quiere representar puede ser una situación caracterí*stica o actitud ya sea por exceso o por defecto la hipérbole tiene como fin conseguir una mayor expresividad y que la mirada del espectador se concentra en el objeto*

Imagen 2. *"Todo México es territorio Telcel"...* Obviamente es una exageración pero funciona como slogan de esta telefónica.

Y en el gráfico, Tele2 lanzó una campaña para impulsar teléfonos fijos a través de la red móvil. Para hacérselo notar a la gente, puso estos enormes teléfonos en las calles.
La **antítesis** esta figura consiste en contraponer 2 elementos en cada uno de los cuales se expresan ideas de significación opuesta o contraria o bien impresiones más subjetivas e indefinidas que se sienten como puestas para así construir una imagen con fuerza expresiva

Imagen 3. *Este BTL de Summerville Resort muestra un paraguas para utilizar obviamente durante la lluvia, pero su interior está diseñado con la fotografía de un día soleado. En un solo objeto, dos términos opuestos: lluvia y sol.*
La **prosopopeya** es una figura retórica que consiste en atribuir cualidades propias de seres animados y corpóreos a otros inanimados o abstractos o bien acciones y cualidades humanas a seres que no lo son dándoles vida propia

Imagen 4. Bachoco es una marca famosa por el uso de la personificación en este caso podemos ver unas gallinas vestidas de Marilyn Monrroe que juegan con el texto Las mejores piernas, en el contexto mexico-americano sabemos que en lo visual es igual de sencillo. Seguro han visto la brillante campaña de Bachoco, donde huevos y pollos adquieren características humanas.

**Símil** o **comparación** como lo dice su nombre es una comparación explícita entre un término real con otro imaginario que se le asemeje en alguna cualidad ayuda a imaginar a qué se parece aquello de lo que se habla no hay sustitución como en la metáfora

Imagen 5. *En lo gráfico, otro anuncio de Nescafé; brutal, una comparación que no puede hacerse... aparentemente, porque de cualquier forma ya está hecha.*

Para finalizar te invito a que veas el siguiente video:

**Conclusión**

La comunicación visual forma parte de nuestro día a día y en el mundo que nos ocupa donde lo que nos rodea es mayoritariamente visual es por esto que debemos ser conscientes de los recursos que se manejan y de la importancia de la dimensión pragmática del uso del lenguaje visual aquel que nos relaciona con nuestro entorno social y cultural y que refuerza el significado del mensaje la retórica formará siempre parte de lo que nos rodea por ello hay que estar consciente del trasfondo de un mensaje visual y ser capaz de identificar estas figuras retóricas para emplearlas en el futuro de una mejor manera.

Ver el video:

https://www.youtube.com/watch?v=yglvN-1mcow&t=24s

**Fuentes de información**


- Beristáin, H. Diccionario de retórica y poética. Porrúa. México: 1992.
- Chandler, D. Semiótica para principiantes. Abya-Yala. Quito, Ecuador: 2001.
- Cobley, P. Semiótica para principiantes. Era Naciente. Buenos Aires, Argentina: 2004.